

1259  
Fes  
2603

# Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias de la Educación  
y de la Comunicación Social

## *Seminario de Investigación Periodística*

*(cursado en 1997)*

Tema de la tesina:

Las telenovelas dirigidas a niños y adolescentes:

Chiquititas

Cátedra: Prof. Raúl Burzaco

Prof. Ivonne Laugier

Prof. Daniel Sinopoli

Alumna: María Eugenia Harriague

(Teléfono 15-4969-5230)

Año, comisión y turno: 5 to 2 da turno mañana

Buenos Aires, 15 de Noviembre de 1999

## AGRADECIMIENTOS

Este trabajo no hubiera sido posible sin la ayuda de los Profesores Raúl Burzaco, Ivonne Laugier y Daniel Sinopoli quienes me orientaron constantemente, los ciento seis chicos que hicieron encuestas, la Fundación Televisión Educativa que aportó material valiosísimo y la Licenciada Mariela Browne quien accedió a que le realice la entrevista.



## INDICE

	Pag.
DATOS PERSONALES DE LA AUTORA	2
AGRADECIMIENTOS	3
INDICE	4
INTRODUCCION	5
1. Orígenes de la televisión en la Argentina	7
2. Teorías sobre los efectos de la violencia en los medios	11
3. Desarrollo de los niños y como les afectan los mensajes de los medios en cada edad	19
4. La telenovela	31
5. Presentación del programa Chiquititas	40
6. Análisis de contenido de cuatro capítulos	44
7. “Papá, ¿puedo mirar la tele?”, por Graciela Peyrú	46
8. Entrevista a la Lic. Mariela Browne	49
9. El rol de las instituciones con respecto a la televisión infantil	52
10. Televisión educativa para niños	64
11. Definición del modelo de encuesta a usar	68
12. Resultados de la encuesta	71
CONCLUSION	74
APENDICES	75
BIBLIOGRAFIA	153

## INTRODUCCION

El interés en realizar este trabajo parte de que hoy en día, en nuestro país hay una gran programación televisiva infantil dirigida hacia el público infantil y adolescente. Dentro de este grupo se encuentra la telenovela “Chiquititas”, que ya va por su quinta temporada en el aire.

Esta serie causa gran furor entre los chicos, quienes no se pierden un solo capítulo. Toda esta moda tiene atrás un gran apoyo del marketing, que diseñó todo tipo de productos de merchandising, una revista, una página en Internet y la temporada teatral que se lleva a cabo desde hace tres años con muchísimo éxito. Además el programa se ha exportado a varios programas y ya se están realizando versiones en nuestro país para Brasil y México, entre otros.

“Chiquititas” plantea un mundo irreal de los huérfanos, donde todos viven en una muy linda y confortable casa, usan ropas de marca, reciben una buena educación, cantan, bailan y todo se soluciona como por arte de magia... a simple vista el paraíso de los chicos, según como lo plantean los autores. Algunos niños de buena posición socio económica y con buen nivel educativo quieren ser parte de esto, pero no ven que detrás de toda esta magia y lindas canciones hay historias de, por ejemplo, niños abandonados por sus padres en algún momento de su vida o que vivían en la calle.

“Chiquititas” plantea una realidad distorsionada del mundo de los huérfanos, logrando producir deseo por parte de algunos jóvenes televidentes de querer integrar este lugar mágico donde todos son felices más allá de los problemas terribles que tienen.

Para comprobar o no esta hipótesis se realizó una encuesta de 106 niños que viven en Gran Buenos Aires Norte, Barrio Norte, Palermo, Belgrano, Flores, Caballito, Almagro

entre otros barrios y que concurren a toda clase de colegios: estatales, bilingües, religiosos, laicos. También se realizó una entrevista a una psicóloga especializada en niños y se investigaron diversas teorías.



## 1. ORIGENES DE LA TELEVISION EN LA ARGENTINA

A principios de los años cincuenta transcurría el primer gobierno del general Juan Domingo Perón y todo marchaba sobre rieles. La Argentina estaba entre los países más prósperos del mundo, la industria nacional era palabra sagrada, se exportaba materia prima y se compraban los ferrocarriles. Por esos días, la televisión argentina era algo casi milagroso que muy pocos habían visto en algún viaje al exterior. El gran medio de comunicación era la radio. Por allí desfilaban las noticias, los artistas más populares, las jornadas deportivas. El gobierno decidió que nuestro país podía animarse a la transmisión de imágenes, y dejó casi todo en manos de Jaime Yankelevich, un experto en el tema que venía impulsando la idea por su propia cuenta.

El modelo de comunicación imitado fue el de los Estados Unidos, de donde Yankelevich había traído un transmisor de 42 kilovatios, cinco metros de antena y alrededor de siete mil televisores. El lugar elegido para montar los estudios fue el entonces edificio de Obras Públicas. El emprendimiento tuvo un costo de 26 millones de dólares, producto –según se explicó en ese momento– de las ganancias obtenidas en Radio Belgrano.

El 17 de Octubre de 1951 quedaría grabado en la memoria de los medios de comunicación. Aun con molestas interferencias, los viejos televisores Raytheon, Capheart y Dumont comenzaron a mostrar las primeras imágenes. Poco después de las 14 horas de ese día, el público se amontonaba frente a las vidrieras de los comercios de la Capital Federal que se habían procurado pantalla propia. Unas pocas familias pudientes pudieron gozarlo en sus propios hogares. Se transmitieron los actos del Día de la Lealtad en Plaza de Mayo, presididos por Perón. Mientras, tres cámaras ubicadas en

el frente del Banco Nación transmitían el discurso. Enrique Telémaco Susini –el mismo que se encargó de la primera transmisión radial- manejaba una de las cámaras. La locutora Isabel Marconi y Adolfo Salinas se encargaron de la primera animación.

Perón fue el primer presidente argentino que captó el poder de los medios, hasta tal punto que en el momento de su caída, en 1955, se encontraron mas de dos mil discursos de radio en la Secretaría de Difusión. Y fue también, varios años más tarde, el que mejor supo relativizar ese poder.

### 1.1 Los primeros programas

Al principio había en todo Buenos Aires apenas 700 aparatos. Poco a poco, el *escuchar para creer* de la radio resultó brutalmente desplazado por el *ver para entender* de la televisión.

El primer programa que se realizó desde un estudio fue transmitido desde los salones del Hotel Alvear y tenía todas las características de un musical. Contó con un ballet y un coro del teatro Colón, la orquesta era de Radio Belgrano, y duró poco más de una hora.

A continuación se realizó un programa de charlas y entrevistas. Las primeras caras que aparecían regularmente en las pantallas eran de locutores radiales como Juan José Piñeiro, Isabel Marconi, Adolfo Salinas, Hebe Gorbolés y Jaime Más, entre otros. Enfrentaban las cámaras casi sin maquillaje: aún no se conocían los secretos de la imagen y hasta se mantenía la gestualidad del teatro, igual que en la radio con producción. Por supuesto tampoco no sobraba la producción.

La primera tira en salir al aire fue protagonizada por Ana María Campoy y Pepe Cibrián. El ciclo duraba una hora diaria y se llamaba “Nestor Villegas vigila”. A pesar

de que el sueldo no era tan atractivo como en la radio, muchos actores se embarcaron en el proyecto porque intuían que eso era el futuro.

Enseguida, las primeras figuras de los radioteatros, como Juan Carlos Thorry, Diana Maggi y Analía Gadé fueron adueñándose de la pantalla. Los programas como “Petit Café”, “Ritmo y color”, “Desfile de estrellas”, “Telesolfas” y “Un matrimonio feliz” fueron convocando a la familia alrededor del televisor, como antes había ocurrido con la radio.

Ya en 1956 había 100.000 familias con televisor en el hogar y pasó a ser una “obligación social” tener uno en la casa. Ese mismo año llegaron las primeras series filmadas para TV y dobladas al castellano, primero en Puerto Rico y luego en España, Miami o México.

Unos años después, llegarían los canales privados, para completar la historia. Entre 1960 y 1977, cuatro canales privados de televisión se sumaron a Canal 7, que estaba en manos del Estado. Ya había grandes figuras propias de la televisión como por ejemplo Blackie, Narciso Ibañez Menta, José Cibrián, Ana María Campoy y Alberto Olmedo entre otros tantos.

A partir de 1970 –un año después de transmitir en directo la llegada del hombre a la luna- comienza el auge de lo vivo y directo, con la introducción de cámaras portátiles y de los micrófonos solaperos que provocaron cambios en la mirada de buscar y encontrar la imagen.